

## **PERANAN HUMAS DALAM PENCITRAAN UNIVERSITAS SAM RATULANGI MANADO**

Oleh :

**CHRISTIAN S.TENDEAN**

Email: [christian@tendean.com](mailto:christian@tendean.com)

### *Abstrak*

*Di era modern sekarang ini, Humas (Hubungan Masyarakat) bukan lagi sekedar sebagai suatu kelengkapan organisasi, perusahaan atau lembaga semata, namun telah menjadi tulang-punggung utama atau garda depan yang sangat menentukan bagi kesuksesan atau keberhasilan institusi dimaksud.*

*Sesuai dengan tugas dan fungsi utama dari humas itu sendiri adalah untuk berusaha membentuk opini atau citra yang positif dan favourable bagi organisasi atau lembaga di mana humas tersebut berinduk.*

*Universitas Sam Ratulangi sebagai suatu lembaga pendidikan yang cukup dikenal di Sulawesi Utara bahkan sampai ke tingkat Nasional, memiliki bagian Hubungan Masyarakat yang sangat diandalkan dalam rangka membentuk citra positif terhadap masyarakat atau publik baik secara internal maupun eksternal.*

*Penelitian ini berusaha untuk mengkaji dan mengungkap bagaimana peranan dari Humas Universitas Sam Ratulangi itu sendiri dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab tersebut sehingga opini publik atau masyarakat dapat dibimbing dan dibina ke arah citra yang positif sehingga tentunya akan sangat menguntungkan bagi pengembangan Unsrat ke depan.*

*Kata Kuncinya: Peranan Humas dan Citra Positif.*

## **I. Pendahuluan**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Di era sekarang ini begitu banyak perusahaan atau lembaga yang bersaing untuk dapat tetap eksis dan berdaya saing demi kemajuan mereka. Untuk itu, salah satu bagian dengan peran paling menonjol dalam perusahaan atau lembaga adalah peran humas (hubungan masyarakat). Mengingat bahwa salah satu tujuan humas adalah pertama, menumbuhkembangkan citra perusahaan yang positif baik untuk publik eksternal (masyarakat atau *customer*, atau konsumen), serta publik internal

(karyawan dan staf perusahaan/lembaga yang bersangkutan), kedua, mendorong tercapainya saling pengertian antara publik sasaran dengan perusahaan.

Dalam setiap perusahaan atau lembaga yang ingin berkembang dan maju maka perusahaan tersebut memerlukan humas untuk memberikan citra positif terhadap perusahaan atau lembaga yang diwakilinya. Jika perusahaan atau lembaga ingin mendapatkan reputasi yang baik dimata masyarakat, maka perusahaan atau lembaga itu harus mempunyai humas yang mampu meningkatkan citra dari perusahaan atau lembaga tersebut. Intinya bahwa sikap dan kepribadian humas dalam suatu perusahaan atau lembaga turut mencerminkan bagaimana citra perusahaan atau lembaga tersebut di mata masyarakat.

Humas sebagai pendukung fungsi manajemen perusahaan yaitu membangun Identitas dan *Image* perusahaan, menciptakan identitas dan citra perusahaan yang positif, mendukung kegiatan komunikasi dua arah timbal balik (*reciprocal two way traffic communication*) dengan berbagai pihak.

Salah satu lembaga yang bergerak di dunia pendidikan adalah Universitas Sam Ratulangi yang juga memiliki *public relations officers* (PRO) atau petugas humas yang harus mampu menciptakan citra positif pada masyarakat, terutama dalam menangani berbagai fenomena isu yang berkembang baik menyangkut isu-isu yang positif terlebih yang bersifat negatif tentang UNSRAT sebagai salah satu lembaga pendidikan yang sangat dikenal luas khususnya di kalangan masyarakat Sulawesi Utara. Bertolak dari latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul: **“Peranan Humas Dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi Manado.”**

## **1.2. Perumusan Masalah**

Adapun permasalahan dalam penelitian ini dapat penulis rumuskan sebagai berikut:

“Bagaimana Peranan Humas Dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi Manado?”

## **II. Tinjauan Pustaka**

### **2.1. Pengertian Humas**

Pengertian Humas menurut The British Institute Of Public Relations dalam Morissan (2006) adalah suatu upaya untuk membangun dan mempertahankan saling pengertian antara organisasi dan publiknya.

Dalam perkembangannya, humas memiliki berbagai macam definisi, ada definisi yang sangat singkat seperti humas adalah upaya melakukan hal-hal baik sehingga mendapatkan kepercayaan.

Menurut Frank Jefkins (1992) terdapat begitu banyak definisi humas namun ia sendiri memberikan batasan humas yaitu sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Menurutnya, humas pada intinya senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan akan muncul suatu dampak yakni perubahan yang positif.

Cutlip, Center, dan Broom dalam Keith Butterick (2012) yang menulis salah satu buku pertama yang meringkas teori dan praktik Humas sebagai berikut: Humas adalah fungsi manajemen yang mengidentifikasi, membangun, dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan berbagai publik yang menjadi penentu kesuksesan dan kegagalannya.

Kunci hubungan yang dimaksud dalam definisi tersebut adalah meletakkan humas sebagai bagian dari manajemen organisasi yang menciptakan pengaruh dan kredibilitas bagi perusahaan, dan tidak semata-mata hanya menjadi komponen perusahaan yang mendukung kesuksesan penjualan satu perusahaan.

Di Inggris, Chartered Institute Of Public Relations (CIPR) dalam Keith Butterick (2012) menawarkan definisi Humas yang mengenalkan dimensi baru yang berbeda, Humas adalah tentang reputasi –hasil dari apa yang anda lakukan, apa yang anda katakan, dan apa yang orang lain katakan tentang anda. Praktik humas adalah disiplin ilmu yang bertujuan menjaga reputasi dengan tujuan untuk

mendapatkan pemahaman dan dukungan, serta mempengaruhi opini dan perilaku. Kegiatan ini merupakan usaha yang terencana dan berkesinambungan untuk membangun dan mempertahankan niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan publiknya.

Dan salah satu definisi Humas yang dikemukakan oleh Sukatendel dalam Ardianto (2009), humas adalah metode komunikasi untuk menciptakan citra positif dari mitra organisasi atas dasar menghormati kepentingan bersama.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa humas merupakan fungsi manajemen untuk memberikan kesan positif pada perusahaan yang diwakilinya.

## **2.2. Pengertian Citra**

Pengertian citra itu sendiri abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk, seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya. (Ardianto, 2009). Citra di sini merupakan suatu tanggapan baik positif maupun negatif dari masyarakat pada umumnya terhadap perusahaan. Penilaian atau tanggapan masyarakat tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat (respek), kesan-kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu citra lembaga/organisasi yang diwakili oleh pihak humas.

Pengertian citra (*Image*) adalah nilai kepercayaan yang konkretnya diberikan secara individual, dan merupakan pandangan atau persepsi serta terjadinya proses akumulasi dari amanah kepercayaan yang telah diberikan oleh individu-individu tersebut akan mengalami suatu proses, yang cepat atau lambat untuk membentuk suatu opini publik yang lebih luas dari abstrak.

Untuk lebih jelasnya pengertian citra, berikut ini disampaikan definisi citra oleh beberapa ahli, Webster (1993) mendefinisikan citra sebagai gambaran mental atau konsep tentang sesuatu. Kotler (1995) secara luas mendefinisikan citra sebagai jumlah dari keyakinan-keyakinan, gambaran-gambaran, dan kesan-kesan yang dimiliki seseorang pada suatu objek. Objek yang dimaksud bisa

berupa orang, organisasi, kelompok orang atau yang lain yang dia ketahui. Jika objek itu berupa organisasi, berarti seluruh keyakinan, gambaran dan kesan atas organisasi dari seseorang merupakan citra.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa citra merupakan pendapat-pendapat baik positif atau negatif dari masyarakat kepada suatu organisasi atau lembaga.

### **2.3. Teori AIDDA**

Menurut Wilbur Schram (2007:72), AIDDA merupakan teori klasik yang sampai saat ini masih populer karena adanya media massa. AIDDA (*attention, interest, desire, dicision, action*). Semua dimulai dengan membangkitkan perhatian (*attention*) masyarakat melalui pesan yang disampaikan (oleh Humas) lewat tatap muka dan media massa. Perhatian masyarakat diarahkan untuk mengetahui informasi tentang Unsrat dan program-program yang akan dijalankan nantinya, setelah itu tumbuhlah kepentingan (*interest*) setelah publik mengamati dan memperhatikan Informasi, menerima dan memahami dengan baik pesan tersebut, akan tumbuh minatnya dan berhasrat (*desire*) untuk melanjutkan studi anaknya di Unsrat. Pada akhirnya mereka akan mengambil keputusan (*decision*) untuk mengimplementasikannya dalam tindakan (*action*) yaitu mendaftarkan anak mereka sebagai mahasiswa Unsrat dengan pandangan bahwa studi di Unsrat membawa kebaikan bagi masa depan anak-anak mereka.

Dalam teori ini mengedepankan peran humas untuk memberikan pandangan, pemikiran, pengetahuan dan kepercayaan kepada publik melalui pesan-pesan yang disampaikan tentang Unsrat dengan berbagai permasalahannya sehingga masyarakat dapat memiliki gambaran yang positif.

## **III. Metodologi Penelitian**

### **3.1. Metode Yang Digunakan**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu jenis penelitian yang menggambarkan suatu keadaan se jelas mungkin dan apa adanya.

### **3.2. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin hasil diperoleh dari menghitung atau mengukur kuantitas maupun kualitatif daripada karaktersitik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap (Sudjana, Nana, 1995:5)

Populasi dalam kaitannya dengan penelitian ini adalah seluruh pegawai Humas Unsrat yang berjumlah 17 pegawai kemudian diambil keterwakilan dari dosen berjumlah 10 dosen dan keterwakilan dari mahasiswa 40 mahasiswa sehingga jumlah populasi adalah 67, karena populasi kecil maka tidak ditarik sampel, dengan teknik pengambilan sampel cacah.

### **3.3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel tunggal yaitu Peranan Humas Dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi Manado, secara operasional didefinisikan sebagai keikursertaan petugas hubungan masyarakat Universitas Sam Ratulangi dalam memberi kesan yang positif terhadap masyarakat tentang Unsrat, dengan indikator-indikator sebagai berikut :

- Frekuensi memberikan informasi
- Keterbukaan Informasi
- Kualitas Informasi
- Media (Kerjasama Media)
- Memberi Pengetahuan

### **3.4. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data pada dasarnya merupakan suatu kegiatan operasional agar tindakannya masuk pada pengertian yang sebenarnya, yaitu pencarian data di lapangan dengan mempergunakan alat pengumpul data yang sudah disediakan secara tertulis ataupun tanpa alat yang merupakan arah tentang sesuatu hal yang akan dicari di lapangan, sudah merupakan proses pengadaan data primer (Subagyo, 1991 :37).

Untuk mendapatkan data-data yang diharapkan dalam pelaksanaan penelitian ini baik data sekunder maupun data primer, data sekunder didapatkan dengan cara mendatangi lokasi penelitian yang sudah ditetapkan sebagai objek penelitian, dan data primer diperoleh dengan cara mengadakan wawancara atau dialog secara langsung kepada responden dan juga menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner.

### 3.5. Teknik Analisis Data

Arikunto (1998:246) menyebutkan bahwa teknik statistik deksriptif dengan cara prosentase, pencarian prosentase dimaksudkan untuk mengetahui status sesuatu yang diprosentasekan itu dan disajikan tetap dalam bentuk Prosentase dengan parameter sebagai berikut :

$$P = F/N \times 100\%$$

Keterangan :

P : Prosentase

F : Frekuensi Jawaban.

N : Jumlah responden

## IV. Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian

### 4.1. Identitas Responden

Identitas responden yang akan dikemukakan dalam penelitian adalah jenis kelamin dan Tingkat Pendidikan responden sebagai berikut.

**Tabel 1**

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	F	%
Laki-laki	37	55
Perempuan	30	45
Jumlah	67	100

Gambaran data tabel 1 menunjukkan responden hampir seimbang antara laki-laki dan perempuan tetapi lebih sedikit didominasi oleh laki-laki yaitu 37 (55%) dan perempuan yaitu 30 (45%).

**Tabel 2**

Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan

Umur	F	%
SLTA	52	78
Strata Satu (S1)	4	6
Strata Dua (S2)	11	16
Jumlah	67	100

Data tabel 2 menunjukkan Tingkat Pendidikan responden didominasi SLTA yaitu 52 (78%) , kemudian Strata Dua (S2) yaitu 11 (16%) dan Strata satu (S1) yaitu 4 (6%).

#### **4.2. Hasil dan Pembahasan Tentang Peranan Humas Dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi**

Penelitian ini mempersoalkan Peranan Humas Dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi, hasil penelitian yang didapatkan padaz 67 responden berikut ini hasilnya:

**Tabel 3**

Data Responden berdasarkan Apakah Selama Ini Humas Sering Memberi Informasi Dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi

Data responden	F	%
Ya	59	88
Kadang-kadang	8	12
Tidak	0	0
Jumlah	67	100

Gambaran data tabel 3 menunjukkan bahwa 59 (88%) responden menyatakan bahwa Humas sering memberi informasi dalam pencitraan Universitas Sam Ratulangi kemudian 8 (12%) responden menyatakan Humas kadang-kadang



memberi Informasi dalam pencitraan Universitas Sam Ratulangi dan 0 (0%) responden menyatakan Humas tidak memberi informasi dalam pencitraan Universitas Sam Ratulangi.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ternyata responden menyatakan Humas sering memberi Informasi dalam pencitraan Universitas Sam Ratulangi hal ini ditunjukkan dengan 59 (88%) responden menyatakannya, alasan responden menyatakan Humas sering memberi informasi dalam pencitraan Universitas Sam Ratulangi karena mereka selalu mendengarkan ataupun membaca tentang Unsrat juga secara tatap muka mendengarkan informasi tentang Unsrat. Informasi tersebut tentang kegiatan dan permasalahan yang dihadapi Unsrat.

**Tabel 4**

Data Responden berdasarkan Apakah Selama Ini Humas Dalam Memberi Informasi Adanya Keterbukaan Informasi Dalam Pencitraan Unsrat

Jawaban responden	F	%
Ya	50	75
Kadang-kadang	10	15
Tidak	7	10
Jumlah	67	100

Gambaran data tabel 4 menunjukkan bahwa 50 (75%) reponden menyatakan adanya keterbukaan Humas dalam memberi informasi untuk pencitraan Universitas Sam Ratulangi kemudian 10 (15 %) responden menyatakan Humas kadang-kadang kurang keterbukaan memberi informasi dalam pencitraan Universitas Sam Ratulangi dan 7 (10%) responden menyatakan tidak adanya keterbukaan Humas dalam memberi informasi dalam pencitraan Unsrat.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 50 (75%) responden menyatakan adanya keterbukaan Humas memberi informasi dalam pencitraan Universitas Sam Ratulangi. informasi tersebut banyak didengar atau dibaca melalui *online* Unsrat ataupun secara tatap muka bagaimana penerimaannya yang harus sesuai dengan data yang ada. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa Unsrat terbuka menyangkut informasi tentang lembaganya.

**Tabel 5**

Data Responden berdasarkan Apakah Selama Ini Humas Memberi Informasi Secara Internal Dalam Pencitraan Unsrat

Jawaban responden	F	%
Selalu	56	84
Kadang-kadang	11	16
Tidak	0	0
Jumlah	67	100

Data tabel 5 menunjukkan bahwa 56 (84%) responden menyatakan Humas selalu memberi informasi secara internal dalam pencitraan Unsrat, kemudian 11 (16%) responden menyatakan Humas kadang-kadang memberi informasi secara internal dalam pencitraan Universitas Sam Ratulangi dan 0 (0%) atau tidak ada responden yang menyatakan Humas tidak memberi informasi secara Internal dalam pencitraan Universitas Sam Ratulangi.

Dengan demikian dapat disimpulkan ternyata Humas selalu memberi informasi secara internal dalam pencitraan Universitas Sam Ratulangi hal ini ditunjukkan dengan 56 (84%) responden yang mengatakannya.

**Tabel 6**

Data Responden berdasarkan Apakah Selama Ini Humas Memberi Informasi Secara Eksternal Dalam Pencitraan Unsrat

Jawaban respondn	F	%
Ya	62	93
Kadang-kadang	5	7
Tidak	0	0
Jumlah	67	100

Gambaran data tabel 6 menunjukkan bahwa 62 (93%) responden menyatakan, Humas memberi Informasi secara eksternal dalam pencitraan Universitas Sam Ratulangi kemudian 5 (7%) responden menyatakan Humas kadang-kadang memberi informasi secara eksternal dalam pencitraan Universitas

Sam Ratulangi dan 0 (0%) atau tidak ada responden yang menyatakan Humas tidak memberi informasi secara eksternal dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi.

Dengan demikian dapat disimpulkan ternyata Humas senantiasa memberi informasi secara eksternal dalam pencitraan Universitas Sam Ratulangi hal ini ditunjukkan dengan 62 (93%) responden yang menyatakannya, alasannya karena Unsrat melalui Humasnya selalu memberi informasi tentang keberadaan unsrat baik melalui media cetak ataupun media elektronika.

**Tabel 7**

Data Responden berdasarkan Apakah Selama Ini Humas Memberi Informasi Berkualitas Dalam Arti Dapat Dipercaya Dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi

Jawaban responden	F	%
Ya	52	78
Kadang-kadang	14	21
Tidak	1	1
Junlah	67	100

Gambaran data tabel 7 menunjukkan bahwa 52 (78%) responden menyatakan Humas memberi Informasi yang berkualitas dalam arti dapat dipercaya dalam pencitraan Universitas Sam Ratulangi kemudian 14 (21%) responden menyatakan Humas kadang-kadang dalam memberi Informasi berkualitas dalam arti kadang-kadang dapat dipercaya dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi dan hanya 1 (1%) responden menyatakan Humas dalam memberi Informasi tidak berkualitas dalam arti tidak dapat dipercaya dalam pencitraan Universitas Sam Ratulangi.

Dapat disimpulkan ternyata Humas memberi informasi berkualitas atau dapat dipercaya dalam pencitraan Unsrat yaitu dengan 52 (78%) dari responden yang menyatakannya.

**Tabel 8**

Data Responden berdasarkan Apakah Selama Ini Humas Dalam Memberi Informasi Selalu Akurat Dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi

Jawaban responden	F	%
Ya	53	79
Kadang-kadang	10	15
Tidak	4	6
Jumlah	67	100

Data tabel 8 menunjukkan bahwa 53 (79%) responden mengatakan, Humas selalu akurat memberi informasi dalam pencitraan Unsrat, kemudian 10 (15%) reponden menyatakan Humas kadang-kadang akurat memberi Informasi, dan 4 (6%) responden menyatakan Humas tidak akurat memberi informasi dalam pencitraan Universitas Sam Ratulangi.

Kesimpulannya: Humas selalu akurat memberi Informasi dalam pencitraan Unsrat, buktinya 53 (79%) responden menyatakannya.

**Tabel 9**

Data Responden berdasarkan Apakah Selama Ini Humas Dalam Memberi Informasi Memanfaatkan Media Dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi

Jawaban responden	F	%
Ya	65	97
Kadang-Kadang	2	3
Tidak	0	0
Jumlah	67	100

Data 9 medeskripsikan bahwa 65 (97%) responden menyatakan Humas dalam memberi informasi memanfaatkan media dalam pencitraan Universitas Sam Ratulangi kemudian 2 (3%) responden menyatakan Humas kurang memanfaatkan media dalam pencitraan Universitas Sam Ratulangi dan 0 (0%) atau tidak ada responden yang menyatakan Humas tidak memanfaatkan media dalam memberi Informasi dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi

Dengan demikian dapat disimpulkan ternyata mayoritas responden (97%) menyatakan Humas memanfaatkan media untuk memberi informasi dalam pencitraan Universitas Sam Ratulangi.

Dari penjelasan responden, juga dapat diketahui bahwa Humas memanfaatkan baik media cetak maupun elektronik dalam menyampaikan informasi dan segala sesuatu yang menyangkut pencitraan Unsrat.

**Tabel 10**

Data Responden berdasarkan Apakah Selama Ini Humas dengan Informasinya Dapat Memberi Pengetahuan bagi Terbentuk Citra yang Positif Terhadap Universitas Sam Ratulangi

Jawaban responden	F	%
Ya	60	90
Kadang-kadang	7	10
Tidak	0	0
Jumlah	67	100

Gambaran data tabel 10 menjelaskan bahwa 60 (90%) responden menyatakan Humas dengan informasinya dapat memberi pengetahuan dalam arti terbentuk citra yang positif terhadap Universitas Sam Ratulangi kemudian 7 (10%) responden menyatakan Informasi dari Humas kurang memberi Pengetahuan dalam arti kurang terbentuk citra positif terhadap Universitas Sam Ratulangi dan 0(0%) atau tidak ada responden yang menyatakan Humas dengan informasinya tidak dapat memberi pengetahuan dalam arti tidak dapat terbentuk citra positif terhadap Universitas Sam Ratulangi.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden (90%) menyatakan Humas dengan Informasinya dapat memberi pengetahuan dalam arti terbentuk citra positif terhadap Universitas Sam Ratulangi.

Kemudian hasil penelitian ini dikaitkan dengan teori yang digunakan adalah Teori AIDDA, Menurut Wilbur Schram (2007:72), AIDDA merupakan teori klasik yang sampai saat ini masih populer karena adanya media massa, AIDDA (*attension, interest, desire, dicision, action*) artinya semua dimulai dengan membangkitkan perhatian

(*attention*) dimana masyarakat memusatkan perhatiannya pada Lembaga pendidikan yaitu Unsrat untuk mengetahui informasi tentang Unsrat dan program-program yang akan dijalankan nantinya, kemudian menumbuhkan minat dan kepentingan (*interest*) dimana dengan mengamati dan memperhatikan Informasi dari Humas Unsrat maka akan menumbuhkan minat masyarakat pada lembaga pendidikan Unsrat, sehingga mereka akan memiliki hasrat (*desire*) yang dapat menarik minat mereka untuk mengambil keputusan (*decision*) dan bertindak membawa (*action*) anaknya untuk disekolahkan di Unsrat.

Implementasi dari teori ini dimaksudkan bagaimana peran humas untuk dapat memberikan pandangan, pemikiran, pengetahuan dan kepercayaan kepada setiap publik baik internal maupun eksternal yakni masyarakat dalam arti luas melalui pesan-pesan yang di sampaikan tentang Unsrat baik secara langsung atau tatap muka, maupun dengan saluran media massa baik cetak maupun elektronik, tentang berbagai isu baik positif untuk diberi penguatan maupun yang negatif untuk diklarifikasi dan diluruskan dari interpretasi yang dapat merugikan citra Unsrat sehingga masyarakat dapat memperoleh gambaran dan pandangan yang positif tentang Unsrat.

## **V. Penutup**

### **5.1. Kesimpulan**

Kesimpulan hasil penelitian tentang Peranan Humas Dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi Manado adalah sebagai berikut :

- 1) Humas berperan dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi Manado dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas dengan informasinya mampu memberi pengetahuan dalam arti dapat membentuk citra yang positif terhadap publik baik internal publik maupun eksternal publik tentang Universitas Sam Ratulangi.
- 2) Adanya keterbukaan informasi, keakuratan informasi, dan informasi yang berkualitas dari Humas dalam melaksanakan Pencitraan tentang Unsrat.

- 3) Dengan adanya keterbukaan informasi, keakuratan informasi dan informasi yang berkualitas maka publik cenderung percaya kepada informasi yang diberikan oleh humas.
- 4) Humas dalam menginformasikan tentang Pencitraan Universitas Sam Ratulangi senantiasa memanfaatkan media cetak dan elektronik maupun secara tatap muka, sehingga masyarakat dapat mengetahui setiap informasi yang benar dan akurat tentang Unsrat

## 5.2. Saran

- 1) Untuk dapat membentuk dan memperbaiki citra maka penting peran dari Humas, hal ini dapat dilihat dari peran Humas dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi Manado.
- 2) Untuk dapat memperbaiki citra maka Humas perlu konsistensi dan kontinuitas humas dalam memberi informasi, keterbukaan informasi, kredibilitas dan akurasi Informasi, serta menjaga jalinan kerjasama dengan media baik cetak dan elektronik sebagaimana terlihat dalam peranan Humas Unsrat dalam menjaga dan mempertahankan citra positif dari Universitas Sam Ratulangi Manado.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, 1998, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta, Bandung.
- Arifin, Anwar, 1998, *Public Relations*, UVRI, Ujung Pandang.
- Anggoro, Linggar, 2002, *Teori & Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*, PT Bina Aksara, Jakarta.
- Effendy, Onong, U., 1986, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- , 2009, *Human Relation & Public Relations*, Mandar Maju, Bandung.
- Frank, Jefkins, 1992, *Public Realtions*, Edisi Ketiga (alih bahasa Aris Munandar), Penerbit Erlangga Jakarta.
- Kountur, Ronni, 2007 *Metode Penelitian*, Buana Printing Jakarta.

- Butterick, Keith, 2012, *Pengantar Publi Relations Teori dan Praktek*, PT Raja grafindo Jakarta.
- Liliweri, Alo, 1992, *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*, PT.Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Ardianto, E, 2009, *Public Relations praktis*, Widya Padjajaran, Bandung.
- Cangara, H & Adnan, H, 1996, *Prinsip-Prinsip Hubungan Masyarakat*, Usaha Nasional, Surabaya.
- Subagyo, Joko P, 1991, *Metode Penelitian (dalam Teori dan Praktek)*, Rhineka Cipta, Jakarta.
- Sudjana, Nana, 1995, *Tuntunan Penyusunan karya Ilmiah, makalah ,Skripsi, Tesis, Disertasi*, Sinar Baru, Bandung.
- Morissan, 2006, *Pengantar Public Relations, Strategi Menjadi Humas Profesional*, Inti Jaya, Jakarta.